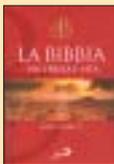


La Bibbia

Via Verità e Vita

San Paolo, Cinisello Balsamo
2009, pp. 2664, euro 28,00

È qui riprodotto, in un volume unico, il testo biblico nella nuova traduzione CEI, accom-



pagnato da un apparato di note su tre livelli: Via (note teologiche), Verità (esegetiche), Vita (liturgiche).

Sono inoltre riportate le modifiche apportate nella traduzione rispetto alla passata edizione del 1974.

www.bibbiasanpaolo.it

Salvatore M. Perrella Anglicani e cattolici: “... con Maria la madre di Gesù”

San Paolo, Cinisello Balsamo
2009, pp. 408, euro 32,00

Il testo ripercorre passo dopo passo la Dichiarazione di Seattle, documento



congiunto anglicano-cattolico sul ruolo della Vergine nella Chiesa.

Della Dichiarazione sono analizzati i nuclei tematici ed evidenziati i pregi e i punti deboli.

Karl Giberson, Mariano Artigas Profeti senza Dio Anche la scienza ha i suoi Sacerdoti

San Paolo, Cinisello Balsamo
2009, pp. 408, euro 32,00

Al centro di questo volume ci sono tre biologi e tre fisici che hanno



creato un clima importante attorno al rapporto tra fede e scienza.

È la storia di sei studiosi che propongono la scienza come una nuova fede.

www.paolinitalia.it



PUNTI DI VISTA. SERVE UNA POLITICA FIERISTICA DI SISTEMA

L'Europa e l'Italia di fronte alle sfide di un mercato fieristico globalizzato

La parola a Franco Bianchi, segretario generale CFI - Comitato Fiere Industria, che al convegno AEFI ha sottolineato le linee strategiche per salvaguardare il patrimonio fieristico italiano

Il primato mondiale delle fiere europee, acquisito nella seconda metà del secolo scorso, è in fase di graduale ridimensionamento a causa dell'emersione di nuovi importanti mercati, della crisi economica globale e del significativo differenziale del tasso di sviluppo dei prossimi anni per paese e per area subcontinentale. In tale contesto ci si avvia a un sistema fieristico mondiale multipolare che riserva all'Europa un suo spazio, ma ne esclude la centralità.

Riposizionare le fiere specializzate in Europa

Anche all'interno del sistema europeo potremo assistere a un riposizionamento delle fiere specializzate, con una tendenza a individuare un limitato numero di manifestazioni per settore dislocate in zone strategiche, dotate di strutture e infrastrutture idonee a ospitare eventi internazionali.

Ulteriore elemento di apprezzamento per il successo delle fiere europee è, e rimane, la vocazione manifatturiera del sistema produttivo italiano, il background tecnologico e la capacità di compe-



Franco Bianchi

re delle imprese di riferimento di ciascun evento settoriale: questo fatto è importante per riaffermare il posizionamento internazionale del patrimonio fieristico italiano (quarto nel mondo dopo USA, Cina e Germania), avvalendosi delle consolidate competenze professionali degli organizzatori.

Siamo quindi di fronte ad una sfida nella quale il servizio fieristico alle imprese, mentre opera sulla difensiva in Europa, deve attivarsi per ottenere un efficiente posizionamento nei nuovi mercati, offrendo un concreto aiuto alle imprese, piccole e medie, allo sviluppo della loro internazionalizzazione.

Strategie per il sistema fieristico italiano

Quanto all'Italia, affinché il suo patrimonio fieristico possa essere salvaguardato, in un contesto internazionale sempre più mirato ai mercati che registrano tassi di sviluppo elevati, occorrono: un'aggregazione strategica dell'offerta fieristica, una politica promozionale mirata ed efficace per sviluppare l'incoming professionale e un'analisi attenta dello sviluppo dei mercati per valutare la possibile esportazione dei marchi fieristici italiani più prestigiosi e affermati.

Bisogna invece evitare il proliferare di manifestazioni emulative dell'esistente e del consolidato, che creano disorientamento nell'utente fieristico di fronte a eventi col medesimo target. La conseguenza è che espositori e visitatori, nel dubbio della scelta, si orientano più facilmente verso fiere più compatte e aggreganti che si svolgono in Europa.

È dunque necessario dotarsi di una politica fieristica di sistema, che superi individualismi e localismi, con una governance centrale che ottimizzi le risorse disponibili. Bisogna inoltre adottare il metodo del confronto tra soggetti fieristici per trovare le soluzioni più utili e vantaggiose per le imprese, in una logica di efficace competizione internazionale; garantire la trasparenza dei contenuti delle manifestazioni, assicurando la correttezza commerciale; innovare il momento espositivo con iniziative formative e informative, rafforzando la lotta alla contraffazione e alla concorrenza sleale.

Infine, occorre investire nella qualità del servizio fieristico, quale elemento di differenziazione positiva rispetto alla concorrenza internazionale, utilizzando le ampie e pressoché uniche risorse del territorio per fidelizzare l'utenza fieristica. ■